

УДК 342.15, 342.7

DOI: <https://doi.org/10.32342/3041-2218-2025-1-10-3>

І.О. ЩЕРБАТЮК,

*заступник директора з навчально-виховної роботи,
Волинський інститут імені В'ячеслава Липинського «МАУП»
<https://orcid.org/0009-0008-5943-6104>*

І.С. ПИРОГА,

*доктор юридичних наук, професор,
професор кафедри конституційного права і порівняльного правознавства
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
<https://orcid.org/0000-0002-2798-7795>*

КОНЦЕПЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ, ЕКОЛОГІЧНОЇ ТА ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ КОРПОРАЦІЙ

У статті проаналізовано інституційні відносини між корпораціями та їхніми основними зацікавленими сторонами, різними соціальними структурами та регуляторними органами. Виявлено нові принципи корпоративного управління з метою формування сприятливих умов для сталого зростання, етично та екологічно відповідальної поведінки компаній. Для досягнення ефективності КСВ прийняття етичних кодексів повинно розвиватися в напрямку консолідації зобов'язання брати участь у соціально відповідальній поведінці, яка стосується усіх сфер діяльності компанії: економічної (здатність отримувати дохід, прибуток і зайнятість), соціальної (здатність гарантувати умови добробуту, справедливого та сприятливого зростання відповідно до прав людини та трудових прав) та екологічної (здатність гарантувати відтворюваність і якість природних ресурсів). Природа корпоративної соціальної відповідальності виправдовує теоретичну перспективу її добровільного дотримання, але саморегульований підхід продемонстрував багато обмежень, починаючи від повністю обмеженої здатності протистояти хижацькій поведінці. Тому ефективна КСВ повинна передбачати реформу корпоративного управління та регуляторне втручання, яке зробить його обов'язковим і забезпечить контроль за процесом. Йдеться про встановлення правових обмежень щодо різних сфер діяльності компанії: посилення правил, спрямованих на хабарництво, корупцію іноземних компаній, ухилення від сплати податків, несправедливість або зловживання трудовою практикою та інші соціально безвідповідальні бізнес-практики. Ключові обмеження КСВ історично пояснювалися питаннями влади та інтересів корпорацій, які намагаються уникнути регулювання урядів. КСВ часто залучають для забезпечення власних цілей політичних партій. Втім корпорації самі можуть впливати на регуляторну політику уряду через лобіювання.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, інституційні відносини, зацікавлені сторони, корпоративна влада, сталий розвиток, регуляторна політика.

Постановка проблеми. Перші інституційні відносини між корпораціями та їхніми основними зацікавленими сторонами виникли у 80-ті роки [1]. Пізніше корпорації почали турбуватися про розширення мережі зацікавлених сторін, які можуть впливати на корпорації та зазнавати їхнього впливу [2]. Незважаючи на відмінні погляди акціонерів/власників, працівників, клієнтів та постачальників, а також громади – усі вони зацікавлені в самій корпорації та її ринковому успіху, конкурентоспроможності, репутації та глобальній видимості. Це дало початок альтернативним напрямкам розвитку, теорії зацікавлених сторін [3], корпоративній соціальній діяльності [4] та корпоративному громадянству [5].

Легітимність інституційних відносин компанії із зацікавленими сторонами досягається через їх внесок в ефективність компанії: акціонери/власники отримують дивіденди, працівники – постійну зайнятість та винагороду, клієнти – постійну доступність продуктів та послуг, постачальники – вигоду від продовження бізнесу, соціальна інфраструктура громади – вигоду від діяльності компанії.

Стан дослідження. Глобалізація змінила інституційний зв'язок корпорацій та вимагала забезпечувати, підтримувати та відновлювати легітимність у різних «соціальних структурах», де вони працюють. Усі ринки створюються та підтримуються діями уряду, починаючи від визначення корпоративної форми та правил ринків до управління цими ринками. Уряди користуються монополією на законний примус у своїх юрисдикціях, що надає їм особливі повноваження або ієрархію. Ці регулятори визначають правові та іншим чином кодифіковані або авторитетні очікування щодо відповідальності бізнесу [6]. Для забезпечення легітимності з боку цих регуляторів корпорації повинні дотримуватися їхніх правил, але це може поширюватися і на збагачення цілей регуляторів.

Корпорації й самі можуть формувати суспільні цінності (наприклад, через вплив своїх продуктів і послуг) [7] та регуляторну політику (наприклад через лобіювання) [8]. Для цього корпораціям необхідно забезпечити більшу соціальну легітимність як з боку основних зацікавлених сторін шляхом збільшення прибутку, так і альтернативної орієнтації на успіх корпорації порівняно з максимізацією прибутку.

Мета статті – концептуалізація контексту корпоративної соціальної відповідальності на трьох ключових відносинах: між корпораціями та основними зацікавленими сторонами, суспільством загалом та регуляторними органами з метою формування сприятливих умов для сталого зростання, етично та екологічно відповідальної поведінки компаній.

Виклад основного матеріалу. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) є єдиним результатом усвідомлення того, що можливо досягти суспільних цілей на ринку, дозволяючи компаніям і споживачам здійснювати свою виробничу та споживчу діяльність відповідно до власних етичних принципів [9]. Відновленням зусиль щодо сприяння КСВ Європейська Комісія має намір створити сприятливі умови для сталого зростання, етично відповідальної поведінки компаній і створення тривалої зайнятості в середньостроковій і довгостроковій перспективі через нове корпоративне управління, яке має розглядати людський і соціальний капітал місцевих громад як форму сталого інвестування. Довгострокова трансформація цієї концепції є результатом культурних змін у наукових, громадських та медійних дискусіях, але, водночас, широке осмислення КСВ стало поштовхом для цих змін.

Інституціоналізація КСВ є дуже очевидною через наявність спеціальних корпоративних функцій, таких як спеціаліст із корпоративної взаємодії, спеціаліст із соціальної відповідальності, директор зі сталого розвитку, директор із філантропії, відповідальності та етики [2]. Ключовим моментом є розгляд КСВ як приклад нерозривного зв'язку між компаніями та суспільствами, які пов'язані добросовісними економічними і соціальними зв'язками. Компанії, як і громадяни, мають відповідальність і обов'язки [2]. Це нове уявлення про зв'язок між компаніями та спільнотами базується на новому та більш поширеному припущенні про відповідальність, яка має на меті протистояти реально, або, принаймні, зупинити поведінку та вибір компаній, орієнтованих лише на отримання прибутку. Необхідність культурного та регуляторного втручання корениться в усвідомленні того, що безвідповідальне підприємство є прямим наслідком управлінського капіталізму. У рамках цієї моделі компанія з внутрішніх і структурних причин прагне діяти безвідповідально. Неетична поведінка компанії, яка має прямі наслідки для працівників – перших зацікавлених сторін компанії та «внутрішніх клієнтів», стосується вибору, пов'язаного з людськими ресурсами: «Компанія наймає якомога менше працівників і має тенденцію звільняти, щоб створити цінність; вона має на меті утримати та завоювати лояльність лише невеликого ядра персоналу; у ньому працює високий відсоток нестандартних працівників або зайнятих на нестабільній основі; воліє використовувати наявні ресурси для фінансових операцій, а не для нових інвестицій» [10, 124].

Незважаючи на те, що ще нещодавно цю концепцію критикували за те, що вона стосується фундаментальних проблем та може бути предметом радикально різних інтерпретацій [11], вона все ще зберігає свою теоретичну та практичну актуальність. Звітність про по-

казники ефективності сталого розвитку включає показники економічного (здатність отримувати дохід, прибуток і зайнятість), соціального (здатність гарантувати умови добробуту, справедливого та сприятливого зростання відповідно до прав людини та трудових прав) та екологічного характеру (здатність гарантувати відтворюваність і якість природних ресурсів). Компанії повинні виходити за рамки суто економічної логіки: «Корпоративна соціальна відповідальність виходить за межі компанії в місцеву громаду та залучає широке коло зацікавлених сторін, окрім працівників та акціонерів: ділових партнерів і постачальників, клієнтів, державні органи та неурядові організації, що представляють місцеві громади, а також навколишнє середовище» [12, пункт 42]. У цій перспективі концепція зацікавленої сторони включає не лише всю громаду, яка знаходиться на території, але й широке громадянське суспільство. У 1960-х роках єдиною метою компанії було отримання прибутку, хоча й у рамках чесної конкурентної гри та відповідно до закону. Теорія зацікавлених сторін ввела етичну цінність у суто економічну логіку, яка характеризувала попередню теорію, та включала референтів, щодо яких компанія вважає себе відповідальною, «усіх осіб, з якими вона має стосунки, і які різними способами впливають на бізнес» [13: 44]. У цій новій перспективі керівництво пов'язане довірчими відносинами не лише з акціонерами, але й з іншими організаціями та особами, а відповідальність компанії поширюється за межі кінцевого результату.

Перехід від теорії акціонерів до теорії зацікавлених сторін вносить суттєві зміни в логіку компанії щодо деяких стратегічних питань: відповідальності, базового часового горизонту, типів вигод і пов'язаних з цим витрат. Це стосується планування та координації синергетичних дій між компаніями та зацікавленими сторонами, не лише поточними, але й потенційними, а отже: інвесторами, працівниками, постачальниками, споживачами, профспілками, установами, асоціаціями, екологами та третім сектором, спільнотою території, спрямованих на створення та збереження складних, але необхідних альянсів між організаціями та особами, які часто мають явно різні інтереси [14].

Нова перспектива розширює кількість суб'єктів та осіб, на яких компанії покликані реагувати, включаючи всіх тих, хто постраждав різними способами від діяльності, вибору та ширших наслідків, пов'язаних з підприємницькою діяльністю, недоліками чи бездіяльністю. Це являє собою перехід від початкової позиції соціальної безвідповідальності до прийняття відповідальності, не тільки економічної, пов'язаної з будь-якими негативними зовнішніми ефектами, залежно від конкретної підприємницької дії.

Завдяки цьому зрушенню компанії зобов'язані вести діалог із ширшим соціальним і територіальним середовищем, і, отже, на додаток до просторового розширення відповідальності, потрібне її часове розширення, відновлення безперервності між видами діяльності та пов'язаними з ними довгостроковими ефектами. Для досягнення цієї мети прийняття етичних кодексів повинно розвиватися в напрямку консолідації зобов'язання брати участь у соціально відповідальній поведінці, починаючи з місцевої громади.

Таким чином, КСВ являє собою дієвий синтез між національними та наднаціональними регуляторними вказівками зверху вниз і потребами та ініціативами знизу вгору, починаючи з кращих національних та міжнародних практик (таких як прозорість фінансових звітів та процедур ідентифікації постачальників і комерційних партнерів, постійна увага до людських ресурсів та їх вдосконалення, а також соціальні та екологічні звіти).

КСВ представлено як складний і амбітний проект, успіх якого настільки ж складний, як і бажаний, і для якого критичним, але важливим кроком є перехід від стадії регулювання та планування до стадії реалізації, під час якої цю комплексну ідею слід втілити в практичну діяльність. Впровадження стикається з деякими проблемами – брак інструментів, ноу-хау та економічних ресурсів для цих проектів. З іншого боку, КСВ може трансформувати ринкову поведінку та стати суттєвою силою для соціальних та екологічних змін, водночас, надавати економічну перевагу для самих підприємств.

Баланс між роботою та особистим життям є важливою частиною можливостей корпоративного добробуту та важливою умовою для реалізації функціональних стратегій для узгодження особистих і робочих потреб. Територіальний корпоративний добробут є стратегічним інструментом для досягнення мети протидії соціальній та географічній периферійності. У політичній перспективі – це реалізація принципу територіальної демократії як мети

різних територіальних суб'єктів. Цей принцип стосується права жити в якісному просторі, обладнаному послугами та можливостями незалежно від конкретної частини території, на якій ви живете. Це стає особливо важливим для міських і приміських просторів, які характеризуються глибокими відмінностями. Обмеження, яке необхідно подолати, – це сегментація території, розділення на привілейовані та якісні райони (зазвичай реальні та символічні центри міст) із високим рівнем надання територіальних послуг та райони без таких самих характеристик (зазвичай передмістя). Мета територіальної єдності пов'язана зі зміцненням соціального капіталу території. Він представлений такими характеристиками громадянського суспільства, як культура, переважаючі погляди, консенсус, довіра, широко розповсюджені цінності, які дедалі більше становлять конкурентну перевагу певних регіонів.

КСВ прагне знайти спосіб вирішення екологічних і соціальних проблем. У рамках цього способу концептуалізації КСВ існує принаймні сім ідеальних типів інновацій: зусилля окремих фірм; угоди з окремими фірмами та окремими неурядовими організаціями (НУО); державно-приватне партнерство; інформаційні підходи; системи екологічного менеджменту; корпоративні кодекси поведінки галузевих асоціацій; жорсткий закон приватного сектора, відомий як недержавне ринкове управління. Навіть якщо не всі приклади легко вписуються в одну категорію, розмежування відмінностей має вирішальне значення для вирішення питань про ефективність [15, 417].

Необхідно покращити, зростаючу якість політичних та економічних процесів соціальних змін, які впливають на території на різних рівнях. Для цього [10], необхідно визначити точну та структуровану концептуальну і нормативну архітектуру.

Виникає потреба в політиках, які визнають центральне місце мети КСВ і активно втручаються для її забезпечення та забезпечення добробуту суспільства. З цієї точки зору КСВ може відігравати дуже стратегічну роль щодо цілі територіальної єдності, яка стає все більш центральною в європейській політиці [16; 17]. Мета, до якої потрібно прагнути, є дуже амбітною: створити умови для підприємств, здатних синтезувати соціальні та економічні перспективи, шукаючи третій шлях, який об'єднує економічний успіх і індивідуальну якість життя. «Промисловість може бути задумана Правлінням як інструмент отримання прибутку, але, як відомо соціологам та економістам, найкращі промислові організації набули більш гуманного та завершеного вигляду та послідовності, коли керувалися не такими економічними мотивами, а прагненням досягти роботи високої соціальної чи технічної цінності або яка відповідає обом цим потребам (...) Тільки за цих умов плюралістичне та вільне суспільство є творцем автентичної цивілізації, усуває безлад, нерівність, розрив між соціальним і економічним, між прекрасним і корисним, між справедливим і людським» [18, 49, 56].

Звичайно, сама природа корпоративної соціальної відповідальності виправдовує теоретичну перспективу її добровільного дотримання, але не можна забувати, що з часом добровільний або саморегульований підхід продемонстрував багато обмежень, починаючи від повністю обмеженої здатності протистояти хижацькій поведінці. Тому видається, що ефективна практика КСВ повинна передбачати конкретну реформу корпоративного управління та регуляторне втручання, яке зробить його обов'язковим і зможе контролювати процес. Йдеться про встановлення нових правових обмежень, необхідних для нової структури суспільства та капіталістичної моделі. Драматичні приклади безвідповідальних підприємств чітко показують, що ми не просто зіткнулися з проблемою людей, окремих менеджерів, готових вчинити «злочини білих комірців», помилково названі злочинами без жертв.

Адаптація чітких практик КСВ до регуляторних норм передбачає новий юридичний статут, який забезпечує неявну регуляторну основу для компаній, щоб вони могли визначати соціальні та фінансові цілі своїм основним зацікавленим сторонам, широкій громадськості та регуляторам [19]. Це поєднує неявну форму КСВ з чітким змістом. Приклади регулювання включають вимоги Великої Британії, Франції та Нідерландів щодо належної перевірки в міжнародних ланцюгах поставок для запобігання дитячій праці та рабству; прийняття урядом Норвегії добровільних етичних торгових кодексів для державних закупівель; податок на КСВ уряду Індії [20]; численні нормативні акти китайського уряду щодо КСВ, особливо в експортному секторі [21]. Дещо більш опосередкованим прикладом регулювання є здійснення перевірки законності для ефективного надання добровільним угодам обов'язкової сили (наприклад, в управлінні лісовим господарством [22]).

Деякі галузеві організації, галузеві асоціації та професійні організації прагнуть вбудувати раніше явні практики КСВ у нормальну ділову поведінку своїх членів. У деяких країнах ця тенденція прискорюється профспілками та робочими радами, які стали дедалі активнішими у запозиченні явних практик КСВ в існуючі рамки участі працівників [23].

Оцінка КСВ корпорацій стає все більш поширеною суспільною практикою. КСВ зараз фігурує в багатьох опитуваннях громадської думки, особливо після опитування тисячоліття щодо корпоративної соціальної відповідальності [24]. Нові соціальні рухи успішно популяризували ключові питання КСВ, мобілізуючи громадську реакцію на фінансову кризу 2008 року, публікацію Панамських документів та вплив корпорацій на зміну клімату. Загалом можна спостерігати процеси «нормалізації» порядку денного та практики КСВ у різних бізнес-системах. Регуляторні органи, приватні та державні, включають раніше явні програми КСВ для визначення більш узагальнених очікувань від бізнесу.

Концептуалізація контексту КСВ зосереджена на трьох ключових відносинах легітимності – між корпораціями та основними зацікавленими сторонами, суспільством загалом та регуляторними органами. Ці три типи відносин так чи інакше будуть присутні в будь-якому контексті бізнес-системи. Водночас справедливе побоювання, що надмірне імітування імпліцитних норм може задушити інновації в КСВ. Нинішня КСВ, особливо стосовно програм сталого розвитку, відображає прагнення корпорацій до інновацій, що може викликати занепокоєння наслідками у деяких корпорацій. Існує побоювання, що посилення правил, спрямованих на хабарництво, корупцію іноземних компаній, ухилення від сплати податків, несправедливість або зловживання трудовою практикою та інші соціально безвідповідальні бізнес-практики, призведуть до того, що деякі корпорації передають зовнішнім підрядникам діяльність, яка могла б зробити їх вразливими до наслідків закону, і таким чином дозволила б їм підтримувати свою легітимність завдяки КСВ. Деякі індійські компанії неохоче розглядають свої обов'язки щодо прав людини у своїх ланцюгах поставок, оскільки вони виконали свої зобов'язання щодо КСВ, сплативши індійський податок на КСВ [25].

Ключові обмеження КСВ історично пояснювалися питаннями влади та інтересів корпорацій, які намагаються уникнути регулювання урядів, залучають КСВ для забезпечення власних цілей політичних партій, які пропонують різні політичні підходи до КСВ. У міжнародній політиці спостерігається зростання корпоративної влади в управлінні КСВ та сталим розвитком.

Висновки. Компанії, як і громадяни, мають обов'язки і несуть відповідальність. Постійно зростає кількість суб'єктів та осіб, з якими компанії зобов'язані вести діалог, забезпечуючи як просторове, так і часове розширення своєї відповідальності. Корпоративна соціальна відповідальність є важливим стратегічним критерієм для соціально-економічного та екологічного планування, який може суттєво вплинути на якість і рівень згуртованості і добробут громад. Мета територіальної єдності пов'язана зі зміцненням соціального капіталу, який представлений такими характеристиками громадянського суспільства, як культура, переважаючі погляди, консенсус, довіра, широко розповсюджені цінності, які дедалі більше становлять конкурентну перевагу певних регіонів. Наголос на територіальній згуртованості може потенційно змінити концептуалізацію європейської просторової політики, додавши до неї вимір просторової та соціальної справедливості. Концептуалізація контексту КСВ зосереджена на трьох ключових відносинах: між корпораціями та основними зацікавленими сторонами, суспільством загалом та регуляторними органами. Координація синергетичних дій між компаніями та зацікавленими сторонами вносить суттєві зміни в логіку компанії щодо деяких стратегічних питань відповідальності. Для досягнення ефективності КСВ прийняття етичних кодексів повинно розвиватися в напрямку консолідації зобов'язання брати участь у соціально відповідальній поведінці, яка стосується усіх сфер діяльності компанії: економічної, соціальної та екологічної. Добровільне дотримання принципів корпоративної соціальної відповідальності має низку переваг і недоліків, що виправдовує поєднання саморегульованого підходу з регуляторним втручанням, яке зробить його обов'язковим і забезпечить контроль за процесом. Йдеться про встановлення правових обмежень щодо різних сфер діяльності компанії. Ключові обмеження КСВ історично пояснювалися питаннями влади та інтересів корпорацій, які намагаються уникнути регулювання урядів. КСВ часто залучають для забезпечення власних цілей політичних партій. Втім корпорації самі можуть впливати на регуляторну політику уряду через лобіювання, яке на теперішній час не врегульовано українським законодавством.

Список використаних джерел

1. Freeman, R.E. (2009). (First published in 1984.) *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
2. Carroll, A.B. (2015). Corporate social responsibility: The centerpiece of competing and complementary frameworks. *Organizational Dynamics*. Vol. 44. (2). April–June 2015. Pp. 87–96.
3. Donaldson T., Preston L. (1995). The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications. *Academy of Management Review*. V. 20. Pp. 65–91. <https://doi.org/10.2307/258887>
4. Swanson, D.L. (1995). Addressing a theoretical problem by reorienting the corporate social performance model. *Academy of Management Review*. V. 20(1). Pp. 43–64.
5. Carroll, A.B. (1998). The four faces of corporate citizenship. *Business and Society Review*. V. 100/101. Pp.1–7.
6. Kourula, A., Moon, J., Salles-Djelic, M.-L., & Wickert, C. (2019). New roles of governments in the governance of business conduct: Implications for management and organizational research. *Organization Studies*. V. 40. Pp.1101–1123.
7. Whelan, G. (2017). Political CSR: The corporation as a political actor. In A. Rasche, M. Morsing, & J. Moon (Eds.). *Corporate social responsibility: Strategy, communication and governance*. Pp. 136–153. Cambridge: Cambridge University Press.
8. Anastasiadis, S. (2014). Toward a view of citizenship and lobbying: Corporate engagement in the political process. *Business & Society*. V. 53. Pp. 260–299.
9. Carrera, L. (2005). Gli intricati percorsi della responsabilità sociale di impresa. *Studi di Sociologia*. Pp. 421–438.
10. Gallino, L. (2005). *L'impresa irresponsabile*. Torino: Einaudi.
11. Brown T. (2016). Sustainability as empty signifier: Its rise, fall and radical potential. *Antipode*. V. 48(1). Pp.115–133. DOI: [10.1111/anti.12164](https://doi.org/10.1111/anti.12164)
12. European Commission (2001). GREEN PAPER: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility. URL: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfefndmkaj/https://ec.europa.eu/commission/presscorner/api/files/document/print/en/doc_01_9/DOC_01_9_EN.pdf
13. Giaretta, E. (2000). *Business ethics e scelte di prodotto*. Padova: CEDAM.
14. Pelanda, C., & Savona, P. (2005). *Sovranità & fiducia*. Milano: Sperling & Kupfer.
15. Auld, G., Bernstein, S., & Cashore, B. (2008). The new corporate social Responsibility. *Annual Review Environment and Resources*. V. 33. P. 413–435.
16. Begg, I. (2010). Cohesion or confusion: a policy searching for objectives. *Journal of European Integration*. V. 32(1). Pp. 77–96.
17. Nyssen Guillén, V. I., & Deckert, C. (2021). Cultural influence on innovativeness – links between “the culture map” and the “global innovation index”. *International Journal of Corporate Social Responsibility*. V. 6, 7.
18. Olivetti, A. (1945). (2021) *L'ordine politico delle Comunità*. Edizioni di Comunità, Roma.
19. Strine, L. E. (2014). Making it easier for directors to “do the right thing”? *Harvard Business Law Review*. V. 4. Pp. 235–254.
20. Mitra, N., & Chatterjee, B. (2019). *India and its corporate social responsibility mandate*. Berlin & Heidelberg: Springer.
21. Hofman, P.S. & Moon, J., with Wu, B. (2017). Corporate social responsibility under authoritarian capitalism: Dynamics and prospects of state-led and society-driven CSR. *Business & Society*. V. 56. Pp. 651–671.
22. Cashore, B. & Stone, M. W. (2012). Can legality verification rescue global forest governance? Analyzing the potential of public and private policy intersection to ameliorate forest challenges in Southeast Asia. *Forest Policy and Economics*. V. 18. Pp. 13–22.
23. Preuss, L., Haunschild, A. & Matten, D. (2006). Trade union sand CSR: A European research agenda. *Journal of Public Affairs*. V. 6. Pp. 256–268.
24. Environics International (1999). The Millennium Poll on Corporate Social Responsibility: Global public opinion on the changing role of companies. URL: https://globescan.com/wp-content/uploads/2018/01/GlobeScan_MillenniumPoll_1999_FullReport.pdf.

25. Agarwal, N. (2018). Measuring business responsibility disclosures of Indian companies: A data-driven approach to influence action. *Business and Human Rights Journal*. V. 3. Pp. 123–129.

THE CONCEPT OF SOCIAL, ENVIRONMENTAL, AND ECONOMIC BEHAVIOR OF CORPORATES

Iryna O. Shcherbatyuk, Deputy Director for Educational Work, Vyacheslav Lypynsky Volyn Institute «MAUP» (Ukraine)

E-mail: Vilchek1312@gmail.com

Ihor S. Pyroha, Doctor of Law, Professor, Professor of the Department of Constitutional Law and Comparative Law, “Uzhhorod National University” (Ukraine)

E-mail: ihor.pyroha@uzhnu.edu.ua

DOI: <https://doi.org/10.32342/3041-2218-2025-1-10-3>

Keywords: *corporate social responsibility, institutional relations, stakeholders, corporate power, sustainable development, regulatory policy.*

The article analyzes the institutional relationships between corporations and their main stakeholders, various social structures and regulatory bodies. New principles of corporate governance are identified in order to create favorable conditions for sustainable growth, ethically and environmentally responsible behavior of companies. To achieve the effectiveness of CSR, the adoption of ethical codes should develop in the direction of consolidating the obligation to engage in socially responsible behavior that concerns all areas of the company's activity: economic (the ability to generate income, profit and employment), social (the ability to guarantee conditions of well-being, fair and favorable growth in accordance with human and labor rights) and environmental (the ability to guarantee the reproducibility and quality of natural resources). The nature of corporate social responsibility justifies the theoretical prospect of its voluntary compliance, but the self-regulatory approach has demonstrated many limitations, ranging from a completely limited ability to resist predatory behavior. Therefore, effective CSR should involve corporate governance reform and regulatory intervention to make it mandatory and ensure control over the process. This involves establishing legal restrictions on various areas of a company's activity: strengthening rules aimed at bribery, corruption of foreign companies, tax evasion, unfair or abusive labor practices, and other socially irresponsible business practices. The key limitations of CSR have historically been explained by issues of power and the interests of corporations trying to avoid government regulation. CSR is often used to secure their own goals by political parties. However, corporations themselves can influence government regulatory policy through lobbying.

References

1. Freeman, R.E. (2009). (First published in 1984.) *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
2. Carroll, A.B. (2015). Corporate social responsibility: The centerpiece of competing and complementary frameworks. *Organizational Dynamics*. Vol. 44. (2). April–June 2015. Pp. 87–96.
3. Donaldson T., Preston L. (1995). The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications. *Academy of Management Review*. V. 20. Pp. 65–91. <https://doi.org/10.2307/258887>
4. Swanson, D.L. (1995). Addressing a theoretical problem by reorienting the corporate social performance model. *Academy of Management Review*. V. 20(1). Pp. 43–64.
5. Carroll, A.B. (1998). The four faces of corporate citizenship. *Business and Society Review*. V. 100/101. Pp.1–7.
6. Kourula, A., Moon, J., Salles-Djelic, M.-L., & Wickert, C. (2019). New roles of governments in the governance of business conduct: Implications for management and organizational research. *Organization Studies*. V. 40. Pp.1101–1123.
7. Whelan, G. (2017). Political CSR: The corporation as a political actor. In A. Rasche, M. Morsing, & J. Moon (Eds.). *Corporate social responsibility: Strategy, communication and governance*. Pp. 136–153. Cambridge: Cambridge University Press.
8. Anastasiadis, S. (2014). Toward a view of citizenship and lobbying: Corporate engagement in the political process. *Business & Society*. V. 53. Pp. 260–299.

9. Carrera, L. (2005). Gli intricati percorsi della responsabilità sociale di impresa. *Studi di Sociologia*. Pp. 421–438.
10. Gallino, L. (2005). *L'impresa irresponsabile*. Torino: Einaudi.
11. Brown T. (2016). Sustainability as empty signifier: Its rise, fall and radical potential. *Antipode*. V. 48(1). Pp.115–133. DOI: [10.1111/anti.12164](https://doi.org/10.1111/anti.12164)
12. European Commission (2001). GREEN PAPER: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility. Available at: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://ec.europa.eu/commission/presscorner/api/files/document/print/en/doc_01_9/DOC_01_9_EN.pdf
13. Giaretta, E. (2000). *Business ethics e scelte di prodotto*. Padova: CEDAM.
14. Pelanda, C., & Savona, P. (2005). *Sovranità & fiducia*. Milano: Sperling & Kupfer.
15. Auld, G., Bernstein, S., & Cashore, B. (2008). The new corporate social Responsibility. *Annual Review Environment and Resources*. V. 33. P. 413–435.
16. Begg, I. (2010). Cohesion or confusion: a policy searching for objectives. *Journal of European Integration*. V. 32(1). Pp. 77–96.
17. Nyssen Guillén, V. I., & Deckert, C. (2021). Cultural influence on innovativeness – links between “the culture map” and the “global innovation index”. *International Journal of Corporate Social Responsibility*. V. 6, 7.
18. Olivetti, A. (1945). (2021) *L'ordine politico delle Comunità*. Edizioni di Comunità, Roma.
19. Strine, L. E. (2014). Making it easier for directors to “do the right thing”? *Harvard Business Law Review*. V. 4. Pp. 235–254.
20. Mitra, N., & Chatterjee, B. (2019). *India and its corporate social responsibility mandate*. Berlin & Heidelberg: Springer.
21. Hofman, P.S. & Moon, J., with Wu, B. (2017). Corporate social responsibility under authoritarian capitalism: Dynamics and prospects of state-led and society-driven CSR. *Business & Society*. V. 56. Pp. 651–671.
22. Cashore, B. & Stone, M. W. (2012). Can legality verification rescue global forest governance? Analyzing the potential of public and private policy intersection to ameliorate forest challenges in Southeast Asia. *Forest Policy and Economics*. V. 18. Pp. 13–22.
23. Preuss, L., Haunschild, A. & Matten, D. (2006). Trade union sand CSR: A European research agenda. *Journal of Public Affairs*. V. 6. Pp. 256–268.
24. Environics International (1999). The Millennium Poll on Corporate Social Responsibility: Global public opinion on the changing role of companies. Available at: https://globescan.com/wp-content/uploads/2018/01/GlobeScan_MillenniumPoll_1999_FullReport.pdf.
25. Agarwal, N. (2018). Measuring business responsibility disclosures of Indian companies: A data-driven approach to influence action. *Business and Human Rights Journal*. V. 3. Pp. 123–129.

Одержано 14.05.2025.